

дента мислити логічно, робити власні висновки щодо отриманих результатів, що підвищує ефективність реалізації отриманого теоретичного матеріалу при вирішенні практичних регіональних проблем та надасть можливість майбутнім фахівцям з державного управління проявити свої знання при майбутньому працевлаштуванні в органи регіонального управління.

Г. С. Столяров, канд. екон. наук, доц.,
кафедра статистики

and similar papers at core.ac.uk

provided by Institutional Repository of Vadym Hetman Ky

Сьогодні в світі відбувається перехід від індустріального суспільства до суспільства принципово нового типу — суспільства знань або інформаційного суспільства. Його характерною ознакою є те, що інформація, знання стають головними факторами виробництва, зростає частка інформаційних продуктів та послуг у ВВП, зростає частка працівників, пов'язаних із виробництвом вартості, створеної знанням.

У результаті формуються економіка та суспільство нового типу. Відповідно використовують терміни «нова», «знансва», «мережна» економіка; інформаційне суспільство або суспільство знань. У таких умовах надзвичайно зростає роль спеціалістів, для яких інформація одночасно є і предметом, і результатом праці, таких, що використовують сучасні інформаційно-комунікаційні технології для збирання, зберігання, оброблення та передачі інформації, надання користувачу інформаційного продукту (послуги).

У цьому контексті, на нашу думку, ефективною є організація самостійної роботи студентів у формі пошуково-аналітичної роботи (тренінгу). При цьому студентам пропонується утворити групи по 3—5 осіб і обрати тему, яка є актуальною та для них цікавою. Крім того, використання комп'ютерних технологій повинно бути доцільним на більшості етапів її розробки. Такими є пошук, збирання, оброблення інформації, підготовка та оформлення аналітичного звіту, представлення результатів дослідження.

Таким чином, студенти отримують можливість засвоїти наскрізні технології створення інформаційного продукту.

Досвід викладання дисципліни «Соціальна та демографічна статистика» показав більш позитивні результати у варіантах, коли вихідний масив формується в результаті пошуку інформації на офіційних або спеціалізованих сайтах, а також у результаті анкетних опитувань.

Так, у листопаді 2007 р. групою студентів IV курсу 6110 було проведене анкетне опитування студентів ФіСІТ на тему «Ваша думка щодо умов та перспектив навчання на факультеті». Під час обробки даних ними було використано широкий спектр засобів пакету програм STATISTICA 6.0 для аналізу аномальних та пропущених значень, аналізу рядів розподілу, перевірки статистичних гіпотез, аналізу взаємозв'язків.

Така організація СРС сприяє формуванню у студентів навичок творчої роботи в галузі досліджень та інновацій.

*В. А. Студінський, д-р іст. наук, проф.,
кафедра політекономії обліково-економічних факультетів*

ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ

Проблема отримання інформації на практиці полягає, насамперед, у підборі, відборі та зваженості відповідної інформації. Кожний суб'єкт освіти отримує щоденно велику кількість принципово важливої інформації. Частково вона надходить сама, а частково її цілеспрямовано збирають. Маркетологи розрізняють два типи інформації:

- інформація про тенденції;
- інформація про інструментарій.

Перша — дає довідку про майбутній розвиток, і необхідна, щоб оцінити, яким чином можна буде успішно здійснювати маркетинг освітніх послуг у майбутньому.

Аналіз ситуації. Перед тим як приступити до трудомістких та дорогих внутрішніх і зовнішніх методів отримання інформації,